

KEYNOTE SPEAKER STUDIE DEUTSCHLAND 2026

Der große Rednermarkt-Report

Die erste Studie über einen unerforschten Markt, der Menschen begeistert und Millionen bewegt.

Eine Studie auf Basis eigener Buchungsdaten, einer Kundenbefragung und öffentlicher Marktquellen

5 Sterne Redner Agentur

September 2026

www.5-sterne-redner.de

Inhalt

1. Ein Markt ohne Landkarte
 2. Über diese Studie
 3. Wie viele Keynote Speaker gibt es in Deutschland – und warum weiß das niemand genau?
 4. Die Struktur des Marktes: Ein Long-Tail-Markt mit erkennbaren Honorarstufen
 5. Marktvolumen: Zwei Modelle, ein Ergebnis
 6. Wer bucht? Der deutsche Business-Event-Markt
 7. Was Kunden wirklich wollen: Die Innenperspektive
 8. Wie wird gesucht? Warum Orientierung schwerfällt
 9. Wann und wie wird gebucht?
 10. Worüber wird gesprochen? Ein Widerspruch mit Ansage
 11. Ausblick 2027: Wohin entwickelt sich der Markt?
 12. Fazit: Die Studie in Zahlen
 13. Der 5 Sterne Marktindex 2027
- Exkurs 1: Wer glänzt? Auszeichnungen und Gesichter des Marktes
- Exkurs 2: Der Agenturmarkt: eine Auswahl sichtbarer Anbieter
- Exkurs 3: Über 5 Sterne Redner Agentur

1. Ein Markt ohne Landkarte

Der deutsche Markt für professionelle Keynote Speaker bewegt jährlich einen zweistelligen Millionenbetrag – und doch existiert für ihn keine einzige offizielle Statistik: Der Beruf des professionellen Redners wird nirgendwo als eigenständige Berufskategorie erfasst oder erhoben.

Wie viele Menschen leben in Deutschland tatsächlich davon, auf Bühnen zu stehen und Unternehmen, Verbände oder Kongresse mit Vorträgen zu versorgen? Wie groß ist der Markt, den sie gemeinsam bedienen? Und wie entscheiden die Unternehmen, die sie buchen? Bislang ließen sich diese Fragen nur schätzen.

Die vorliegende Studie der **5 Sterne Redner Agentur** versucht erstmals, systematisch Licht in diesen Markt zu bringen – auf Basis von drei unabhängigen Datenquellen: realen Buchungsdaten aus mehreren Geschäftsjahren, einer eigenen Befragung von Bestandskunden sowie öffentlich zugänglichen Marktdaten. Das Ergebnis ist keine amtliche Statistik, sondern die bislang detaillierteste verfügbare Annäherung an einen Markt, der bisher noch kaum systematisch beleuchtet wurde.

2. Über diese Studie

5 Sterne Redner ist seit über 15 Jahren als Redneragentur im deutschsprachigen Raum tätig und vermittelt Keynote Speaker an Unternehmen, Verbände und Veranstalter.¹ Diese Studie beruht auf drei unabhängigen Datenquellen, die im Folgenden jeweils gekennzeichnet werden.

2.1 Eigene Buchungsdaten

Grundlage sind über 4.000 reale Rednerbuchungen aus dem Portfolio der 5 Sterne Redner über mehrere Jahre.² Diese Daten erlauben Aussagen zu Honorarstruktur, Saisonalität, Themen, Regionen und Buchungsverhalten – bezogen auf das eigene Kundenportfolio, nicht auf den Gesamtmarkt. Aufgrund des hohen Buchungsvolumens von über 4.000 realen Einsätzen kann für diese Daten dennoch eine vergleichsweise hohe Repräsentativität für den Gesamtmarkt angenommen werden.

2.2 Eigene Kundenbefragung

Im August 2026 wurden Bestandskunden aus der rund 30.000 Kontakte umfassenden Kundendatenbank der 5 Sterne Redner online befragt.³ Je nach Frage liegen über 100 auswertbare Antworten vor. Die Befragung ist im strengen statistischen Sinne nicht repräsentativ für den

¹Eigenangabe, 5 Sterne Redner, www.5-sterne-redner.de, Stand August 2026.

²Eigene Erhebung, 5 Sterne Redner, interne Buchungsdatenbank, n > 4.000 Buchungen. Der genaue Auswertungszeitraum wird aus wettbewerblichen Gründen nicht veröffentlicht.

³Eigene Erhebung, 5 Sterne Redner, Online-Befragung „Die große Rednerstudie Deutschland 2026 – Wie Unternehmen Keynote Speaker buchen“, Erhebungszeitraum August 2026, n > 100 je Frage (Mehrfachantworten möglich), 5 Sterne Redner.

deutschen Markt. Aufgrund der langjährigen Marktkennntnis der 5 Sterne Redner Agentur und der hohen Zahl von über 100 Antworten kann jedoch von einem hohen Maß an praktischer Repräsentativität ausgegangen werden. Sie bildet die Einschätzung aktiver und potenzieller Kunden der Agentur ab – und liefert damit eine seltene Innenperspektive auf Entscheidungsprozesse, die in keiner Buchungsstatistik sichtbar wird.

2.3 Öffentliche Marktquellen

Ergänzend wertet die Studie öffentlich zugängliche Daten aus, unter anderem des Statistischen Bundesamts, des Meeting- & EventBarometers (GCB, EVVC, DZT) sowie von Branchenverbänden wie der German Speakers Association. Jede extern entnommene Zahl ist im Text durch eine Fußnote mit Quellenangabe gekennzeichnet.

Hinweis zur Methodik: *Diese Studie erhebt nicht den Anspruch einer amtlichen Statistik. Wo Marktgrößen modellhaft berechnet werden, ist die Berechnungslogik offengelegt und die zugrunde liegenden Annahmen sind benannt.*

3. Wie viele Keynote Speaker gibt es in Deutschland – und warum weiß das niemand genau?

Fragt man in der Branche nach der Zahl professioneller Keynote Speaker in Deutschland, bekommt man selten dieselbe Antwort zweimal. Je nachdem, wen man fragt, kursieren Schätzungen von wenigen Hundert bis zu mehreren Zehntausend – ein Unterschied um den Faktor 100. Der Grund: Niemand erfasst diesen Beruf systematisch.

Der Beruf des professionellen Keynote Speakers wird nirgendwo als eigenständige Berufskategorie erfasst oder erhoben. Diese Studie versucht deshalb, sich der Zahl über einen nachvollziehbaren Trichter anzunähern, statt eine weitere Einzelschätzung hinzuzufügen.

3.1 Schritt 1: Wer sich überall „Speaker“ nennt

Über **10.000 Personen** positionieren sich im deutschsprachigen Raum heute öffentlich als Speaker, Trainer oder Experte – auf Websites, Plattformen und in sozialen Netzwerken.⁴ Diese Zahl beschreibt aber nur, wer sich selbst so bezeichnet – nicht, wer tatsächlich regelmäßig auf einer Bühne steht. Ein öffentliches Profil macht noch keinen professionell buchbaren Keynote Speaker: Viele dieser Personen halten nur gelegentlich Vorträge, konzentrieren sich auf Trainings oder Beratung oder treten ausschließlich im eigenen Unternehmensumfeld auf.

3.2 Schritt 2: Der Kernmarkt professionell buchbarer Speaker

Um vom Selbstbild zur professionellen Realität zu kommen, wurden mehrere unabhängige Informationsquellen zusammengeführt: Mitgliederzahlen einschlägiger Branchenverbände, die

⁴Eigene Marktbeobachtung, 5 Sterne Redner, auf Basis der Portfolios führender Speaker-Plattformen und Redneragenturen, Stand 2026.

Portfolios führender Redneragenturen, öffentliche Speaker-Plattformen sowie die Marktkennntnis der 5 Sterne Redner aus über zwei Jahrzehnten Tätigkeit im Vortragsmarkt.⁵

Gezählt wurden dabei nur Rednerinnen und Redner, die regelmäßig für Unternehmensveranstaltungen, Kongresse, Verbandstagungen oder Kundenevents gebucht werden und am offenen Vortragsmarkt verfügbar sind. Daraus ergibt sich eine realistische Größenordnung von rund **3.000 professionell buchbaren Keynote Speakerinnen und Speakern** im deutschsprachigen Markt – weniger als ein Drittel der eingangs genannten 10.000.

Diese Zahl versteht sich ausdrücklich nicht als amtliche Statistik, sondern als fundierte Marktabschätzung. Sie beschreibt den professionellen Kernmarkt – nicht die Gesamtheit aller Personen, die gelegentlich Vorträge halten oder sich öffentlich als Speaker bezeichnen.

4. Die Struktur des Marktes: Ein Long-Tail-Markt mit erkennbaren Honorarstufen

Der professionelle Vortragsmarkt ist keine homogene Masse aus austauschbaren Rednerinnen und Rednern. In den eigenen Buchungsdaten zeichnen sich wiederkehrende Honorar-Schwerpunkte ab, die sich grob voneinander unterscheiden lassen – auch wenn die Übergänge fließend sind. Wie sich diese Schwerpunkte darstellen, zeigen die folgenden Abschnitte.

4.1 Sechs Honorarklassen

Auf Basis der eigenen Buchungsdaten lassen sich sechs grobe Honorar-Schwerpunkte professioneller Keynote Speaker beschreiben.⁶ Die Grenzen zwischen den Klassen sind fließend, orientieren sich aber an nachvollziehbaren Kriterien wie Bühnenerfahrung, thematischer Spezialisierung, öffentlicher Bekanntheit und Nachfrageintensität:

Pro-Bono Speaker (bis 500 €): Vorträge, die meist nur gegen Reisekostenerstattung gehalten werden – häufig im wissenschaftlichen oder akademischen Kontext. Diese Vorträge sind in der Regel sehr faktenorientiert und wenig emotional aufgeladen und ähneln eher einem klassischen Fachvortrag als einer unterhaltsamen Keynote.

Talent Speaker (bis 2.500 €): Aufstrebende Rednerinnen und Redner mit großem Potenzial, die sich im professionellen Vortragsmarkt gerade erst etablieren. Viele bringen fundierte fachliche Substanz aus einer vorangegangenen Karriere mit, stehen aber noch am Anfang ihrer Bühnenlaufbahn und verfügen über eine kürzere Referenzliste. Für Unternehmen, die gezielt frische Perspektiven suchen oder eine jüngere, spezialisierte Zielgruppe ansprechen möchten, ist diese Klasse häufig eine

⁵Eigene Modellrechnung, 5 Sterne Redner, auf Basis von Verbandsmitgliederzahlen (u. a. German Speakers Association), Agenturportfolios und eigener Marktbeobachtung, Stand 2026.

⁶Eigene Klassifikation, 5 Sterne Redner, auf Basis der internen Buchungsdatenbank (siehe Kapitel 2.1).

unterschätzte Option – und zugleich das Einstiegssegment, aus dem sich die nächste Generation etablierter Speaker entwickelt.

Professional Speaker (2.501–5.000 €): Etablierte Rednerinnen und Redner mit regelmäßiger Buchungstätigkeit und einem gefestigten Marktauftritt. Sie verfügen über ein eingespieltes Vortragsprogramm, professionelles Bühnenmaterial und belastbare Referenzen aus zahlreichen vorangegangenen Engagements. Zahlenmäßig bildet diese Klasse traditionell das breite Fundament des Marktes – wenngleich ihr Anteil zuletzt zugunsten höherer Klassen zurückgegangen ist (siehe Kapitel 4.3).

Executive Speaker (5.001–8.000 €): Erfahrene Rednerinnen und Redner mit hoher fachlicher Expertise, klarer thematischer Positionierung und überregionaler Nachfrage. Viele bringen selbst Führungs- oder Unternehmenserfahrung mit und werden gezielt für Themen gebucht, die tiefes Praxiswissen und Glaubwürdigkeit erfordern. Diese Klasse verzeichnet aktuell das stärkste Wachstum im deutschsprachigen Markt (siehe Kapitel 4.3).

Top Speaker (8.001–15.000 €): Renommiertere Rednerinnen und Redner mit hoher Bekanntheit, ausgeprägter Bühnenpräsenz und starker Nachfrage im deutschsprachigen Markt. Sie verfügen häufig über eine öffentliche Reputation, die über die Rednerbranche hinausreicht – etwa als Autorin oder Autor, Wissenschaftlerin oder Wissenschaftler, frühere Führungspersönlichkeit oder Medienpersönlichkeit.

VIP Speaker (über 15.000 €): Das Premiumsegment des Rednermarktes mit außergewöhnlicher Bekanntheit, besonderer Exklusivität oder internationaler Strahlkraft. Zahlenmäßig macht diese Klasse nur einen kleinen Teil aller Buchungen aus, prägt aber durch ihre Sichtbarkeit maßgeblich das öffentliche Bild der Branche – und ist zugleich die Klasse, in der Verfügbarkeit und persönliche Passung oft eine größere Rolle spielen als das Honorar selbst.

4.2 Ein Long-Tail-Markt: Wenige Redner vereinen die meisten Buchungen

Wie ungleich Buchungen innerhalb des Kernmarktes verteilt sind, zeigt die Auswertung von über 4.000 realen Buchungen über mehrere Jahre.⁷ Die Auswertung zeigt eine ausgeprägte Konzentration:

- Rund 41 % aller Redner werden im Betrachtungszeitraum lediglich einmal gebucht.
- Etwa 69 % erzielen höchstens vier Engagements.
- Nur rund 12 % erreichen mehr als zwanzig Buchungen.
- Weniger als 6 % der Redner vereinen mehr als die Hälfte aller Engagements auf sich.

Der professionelle Vortragsmarkt folgt damit einer klassischen *Long-Tail-Verteilung*: Eine kleine Gruppe etablierter Spitzenredner prägt den Markt, während eine große Zahl von Nachwuchs- und Gelegenheitsrednern nur vereinzelt gebucht wird.

⁷Eigene Erhebung, 5 Sterne Redner, interne Buchungsdatenbank (siehe Kapitel 2.1).

4.3 Verschiebung zugunsten der Executive-Klasse

Der Vergleich der Geschäftsjahre 2024/25 und 2025/26 zeigt eine deutliche Verschiebung: Der Anteil der **Executive Speaker** an allen Buchungen stieg von 32,6 % auf 37,4 %, während **Professional Speaker** von 40,3 % auf 33,7 % zurückgingen.⁸ Beim Honorarvolumen verstärkt sich dieser Effekt: Executive- und Top-Speaker vereinen im Geschäftsjahr 2025/26 gemeinsam bereits **72,0 % des gesamten Honorarvolumens** auf sich und prägen damit zunehmend den deutschsprachigen Rednermarkt.

Der durchschnittliche Rednerhonorar über alle Klassen hinweg liegt bei rund **6.000 Euro** pro Einsatz – diese Kennzahl bildet die Grundlage der Marktvolumen-Berechnung in Kapitel 5.

4.4 Talent Speaker: Ein bislang unerschlossenes Marktsegment

Während sich am oberen Ende der Honorarklassen eine Verschiebung zugunsten von Executive- und Top-Speakern zeigt (Kapitel 4.3), bleibt am unteren Ende ein Segment interessant, das über Jahre kaum systematisch erschlossen wurde: die **Talent Speaker**. Viele Agenturen konzentrieren ihr Geschäft auf etablierte, bereits nachgefragte Rednerinnen und Redner – das naheliegende Argument: geringeres Risiko, planbarere Vermittlung. Für Nachwuchstalente mit belastbarer fachlicher Substanz, aber noch kurzer Referenzliste, blieb der professionelle Vortragsmarkt dadurch lange schwer zugänglich.

Die 5 Sterne Redner Agentur begegnet dieser Lücke seit rund zwei Jahren mit einer eigenen Marke, den **Future Stars**: einem Portfolio aufstrebender Rednerinnen und Redner mit fundierter beruflicher Erfahrung – etwa aus Unternehmertum, IT und Vertrieb, Medizin, Psychologie, Polizei- oder Rettungsdienst und Spitzensport –, aber noch jungen Bühnenkarrieren.⁹ Positioniert im Honorarbereich von rund 500 bis zu 2.500 Euro, zielt das Angebot gezielt auf Boutique-Events, Verbände und den kleineren Mittelstand – also auf Veranstalter, die bislang oft ganz auf einen externen Keynote Speaker verzichtet haben, weil ihnen die etablierten Preisklassen zu hoch waren.¹⁰

Zum Start dieses neuen Marktsegments liegt eine belastbare Zahl aus dem Jahr 2024 vor: Innerhalb von nur vier Monaten wuchs das Future-Stars-Portfolio nach eigenen Angaben von 0 auf 50 buchbare Rednerinnen und Redner.¹¹ Eine unabhängige Marktstatistik für dieses Segment existiert bislang nicht – was seinerseits ein Beleg dafür ist, wie neu und wenig systematisch erschlossen dieser Teil des Marktes noch ist. Sollte sich das beobachtete Wachstumstempo fortsetzen, deutet vieles darauf hin, dass sich hier über die kommenden Jahre ein eigenständiges, professionell organisiertes Marktsegment etablieren könnte – dort, wo bislang oft nur die Wahl zwischen „kein Redner“ und „Professional Speaker“ bestand.

⁸Eigene Erhebung, 5 Sterne Redner, interne Buchungsdatenbank, Vergleich Geschäftsjahr 2024/25 zu 2025/26.

⁹5 Sterne Redner, Future Stars, Selbstdarstellung, www.5-sterne-redner.de/referenten/future-stars/, Stand 2026.

¹⁰5 Sterne Redner, Blogbeitrag „Future Stars: Günstige Keynote Speaker mit Expertise für Events“, www.5-sterne-redner.de, Stand 2025.

¹¹5 Sterne Redner, Unternehmenskommunikation (LinkedIn), Kickoff-Post „Future Stars by 5 Sterne“, Februar 2024. Eigenangabe, nicht unabhängig verifiziert.

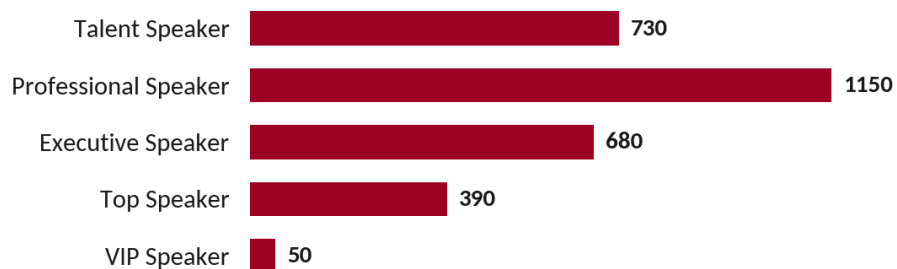
4.5 Wie viele Redner pro Honorarklasse?

Die bisherigen Kapitel zeigen, welcher Anteil der Buchungen und des Honorarvolumens auf die einzelnen Honorarklassen entfällt (siehe Kapitel 4.3). Das ist nicht dasselbe wie die Frage, wie viele einzelne Rednerinnen und Redner in welcher Klasse tätig sind: Da wenige stark gebuchte Redner überproportional viele Engagements auf sich vereinen (siehe Kapitel 4.2), lässt sich aus dem Buchungsanteil einer Klasse nicht auf ihre Kopfzahl schließen.

Auf Basis einer eigenen Stichprobe realer Buchungen aus den vergangenen drei Geschäftsjahren wurde für einzelne Rednerinnen und Redner das durchschnittlich erzielte Honorar ermittelt und der jeweiligen Honorarklasse aus Kapitel 4.1 zugeordnet. Die daraus abgeleitete prozentuale Verteilung wurde anschließend auf den in Kapitel 3.2 geschätzten Kernmarkt von rund 3.000 professionell buchbaren Keynote Speakerinnen und Speakern hochgerechnet.¹²

Geschätzte Anzahl Keynote Speaker je Honorarklasse

Eigene Modellrechnung, 5 Sterne Redner, hochgerechnet auf den Kernmarkt von ca. 3.000 Speakern (siehe Kapitel 3.2)



Die hochgerechnete Kopfzahl-Verteilung zeichnet ein anderes Bild als die Buchungsanteile in Kapitel 4.3: Rund 1.880 der geschätzten 3.000 professionellen Keynote Speaker (62,9 %) sind demnach der Talent- oder Professional-Klasse zuzuordnen – dem Einstiegs- und mittleren Segment des Marktes. Nur rund 440 (14,4 %) erreichen schätzungsweise die Top- oder VIP-Klasse. Das bestätigt aus einer zweiten, unabhängigen Perspektive das in Kapitel 4.2 beschriebene Long-Tail-Prinzip: Eine kleine Spitzengruppe erzielt überproportional hohe Honorare, während die Mehrheit der Redner im mittleren Preissegment tätig ist.

5. Marktvolumen: Zwei Modelle, ein Ergebnis

¹²Eigene Modellrechnung, 5 Sterne Redner, auf Basis einer internen Buchungsstichprobe (Betrachtungszeitraum: letzte drei Geschäftsjahre) und der Kernmarktschätzung aus Kapitel 3.2. Die genaue Stichprobengröße wird aus wettbewerblichen Gründen nicht veröffentlicht. Der kürzere Betrachtungszeitraum wurde bewusst gewählt, da das Future-Stars-Programm (siehe Kapitel 4.4) erst vor rund drei Jahren eingeführt wurde; ein längerer Zeitraum würde die Verteilung zugunsten der höheren Honorarklassen verzerren, da das Talent-Segment davor kaum systematisch erfasst war. Die Klasse der Pro-Bono Speaker wurde aufgrund eines einzelnen Falls aus der Auswertung ausgeschlossen.

Wie viele professionelle Keynote-Einsätze finden pro Jahr in Deutschland statt, und welches wirtschaftliche Volumen steckt dahinter? Die Studie nähert sich dieser Frage über zwei unabhängige Berechnungsmodelle.

5.1 Modell 1: Der Unternehmensmarkt

Nach Angaben des Statistischen Bundesamts gibt es in Deutschland **17.327 Unternehmen mit 250 und mehr abhängig Beschäftigten**¹³ (Stand 2023, letztverfügbare Erhebung). Diese Unternehmen bilden den Kernmarkt für professionelle Keynote Speaker, da sie regelmäßig Führungskräfte tagungen, Vertriebsmeetings, Kundenveranstaltungen oder Mitarbeitererevents durchführen.

Für die Berechnung wird konservativ angenommen, dass jedes dieser Unternehmen im Schnitt zwei größere Business-Veranstaltungen pro Jahr organisiert. Daraus ergibt sich ein jährliches Potenzial von rund **35.000 Business Events**. Die Studie unterstellt weiter, dass nur jede zehnte dieser Veranstaltungen mit einem externen Keynote Speaker besetzt wird. Daraus ergibt sich eine modellhafte Marktgröße von rund **3.500 professionellen Speaker-Einsätzen pro Jahr** allein aus dem Unternehmenssegment.

Damit ist der Auftraggebermarkt allerdings noch nicht vollständig erfasst: Wie Kapitel 6 zeigt, buchen auch Verbände, Kammern und Kommunen regelmäßig externe Redner. Nach Angaben des Deutschen Verbände Forums gibt es in Deutschland rund 15.000 Verbände, von denen etwa **8.500 über eine hauptamtlich geführte Geschäftsstelle**¹⁴ verfügen – also professionell genug organisiert sind, um regelmäßig eigene Jahrestagungen oder Fachveranstaltungen mit externen Rednern durchzuführen. Hinzu kommen rund **700 größere Kommunen mit mindestens 20.000 Einwohnern**¹⁵, die über eigene Budgets für Wirtschaftsförderung, Verwaltungskongresse oder Stadtjubiläen verfügen.

Legt man dieselbe konservative Logik an – zwei größere Veranstaltungen pro Jahr, davon jede zehnte mit externem Keynote Speaker – ergeben sich rechnerisch rund **1.700 zusätzliche Speaker-Einsätze aus dem Verbändesegment** sowie rund **140 aus dem kommunalen Bereich**. Zusammen mit dem Unternehmenssegment ergibt sich für Modell 1 damit eine Gesamtgröße von rund **5.300 professionellen Speaker-Einsätzen pro Jahr**.

Diese Berechnung macht zugleich deutlich, welches Entwicklungspotenzial der Markt noch besitzt: Selbst unter diesen Annahmen finden rund 90 % aller größeren Business-Veranstaltungen ohne einen professionellen Keynote Speaker statt.

5.2 Modell 2: Der Rednermarkt

¹³Statistisches Bundesamt (Destatis), Statistisches Unternehmensregister, Rechtliche Einheiten/Unternehmen nach Beschäftigtengrößenklassen, Berichtsjahr 2023, veröffentlicht Dezember 2024. Online: https://www.destatis.de/DE/Themen/Branchen-Unternehmen/Unternehmen/Unternehmensregister/_inhalt.html

¹⁴Deutsches Verbände Forum, verbaende.com, „Die Anzahl der haupt- und nebenamtlich geführten Verbände“, Schätzung Stand Dezember 2018, zuletzt bestätigt auf verbaende.com 2026. Online: <https://www.verbaende.com/fakten/studien-statistiken/>

¹⁵Statistisches Bundesamt (Destatis), Anzahl der Gemeinden in Deutschland nach Gemeindegrößenklassen, Stand 31.12.2023. Eigene Summierung der Größenklassen ab 20.000 Einwohnern.

Die zweite Modellrechnung dreht die Perspektive um: Statt vom Auftraggebermarkt aus zu rechnen wie in Modell 1, geht sie von der Angebotsseite aus – also von den Rednerinnen und Rednern selbst und ihrer tatsächlichen Buchungsintensität.

Aus der Buchungsintensität im eigenen Portfolio (über 4.000 reale Buchungen über mehrere Jahre, siehe Kapitel 2.1) wurde eine durchschnittliche jährliche Buchungsrate pro Redner ermittelt und direkt auf den geschätzten Kernmarkt von rund 3.000 professionell buchbaren Speakerinnen und Speakern hochgerechnet.¹⁶ Das Ergebnis dieser unabhängigen Hochrechnung liegt bei rund **4.300 professionellen Speaker-Einsätzen pro Jahr**.

5.3 Zwei Modelle – ein Ergebnis

Modell 1 (Unternehmens-, Verbands- und Kommunalmarkt) kommt auf rund 5.300 Speaker-Einsätze pro Jahr, Modell 2 (Rednermarkt, auf Basis realer Buchungsintensität) auf rund 4.300. Dass zwei methodisch völlig unabhängige Ansätze – einmal von der Nachfrageseite, einmal von der Angebotsseite aus berechnet – zu einer so ähnlichen Größenordnung kommen, ist bemerkenswert: Beide Modelle bestätigen sich gegenseitig, obwohl sie auf komplett unterschiedlichen Datenquellen und Annahmen beruhen. Das stärkt das Vertrauen in die ermittelte Marktgröße.

Als konservativer Mittelwert beider Modelle ergibt sich eine Schätzung von rund **4.800 professionellen Keynote-Einsätzen pro Jahr** in Deutschland.

Auf Grundlage des in dieser Studie ermittelten durchschnittlichen Rednerhonorars von rund 6.000 Euro (siehe Kapitel 4) ergibt sich daraus ein geschätztes jährliches Marktvolumen von etwa **28,8 Millionen Euro**. Diese Berechnung umfasst ausschließlich die Honorare professioneller Keynote Speaker – nicht berücksichtigt sind Reise- und Übernachtungskosten, Moderationen, Workshops oder Folgeaufträge. Die tatsächliche wirtschaftliche Bedeutung des Vortragsmarktes liegt daher deutlich über diesem Wert.

Ergänzend zeigt die interne Marktbeobachtung der 5 Sterne Redner für den Betrachtungszeitraum 1.7.2024 bis 30.6.2026 eine Marktentwicklung von insgesamt **+5,6 %**¹⁷.

6. Wer bucht? Der deutsche Business-Event-Markt

Deutschland zählt zu den größten und professionellsten Veranstaltungsmärkten Europas. Im Jahr 2025 fanden laut dem Meeting- & EventBarometer – der einzigen Studie, die den gesamten deutschen Kongress- und Eventmarkt erfasst – **rund 2,02 Millionen Präsenzveranstaltungen** in Deutschland

¹⁶Eigene Modellrechnung, 5 Sterne Redner, auf Basis der internen Buchungsdatenbank (siehe Kapitel 2.1) und der Kernmarktschätzung (siehe Kapitel 3.2). Die genaue jährliche Buchungsintensität wird aus wettbewerblichen Gründen nicht veröffentlicht. Die 5 Sterne Redner geht aufgrund der Breite des eigenen, alle Honorarklassen umfassenden Portfolios von einer repräsentativen Abbildung des Gesamtmarktes aus.

¹⁷Eigene Marktbeobachtung, 5 Sterne Redner, Buchungsvolumen-Vergleich Geschäftsjahr 2024/25 zu 2025/26.

statt, mit insgesamt 395,1 Millionen Teilnehmenden.¹⁸ Unternehmen sind mit 52,5 % die wichtigste Veranstaltergruppe.

Den Kernmarkt für professionelle Keynote Speaker bilden dabei vor allem größere Unternehmen: Nach dem Statistischen Unternehmensregister gibt es in Deutschland 17.327 Unternehmen mit 250 und mehr Beschäftigten¹⁹ – hinzu kommen mehrere tausend Verbände, öffentliche Institutionen, Hochschulen und Kammern, die ebenfalls regelmäßig Kongresse und Fachveranstaltungen durchführen und in die Marktvolumen-Berechnung in Kapitel 5.1 eingehen.

Die Nachfrage nach professionellen Rednerinnen und Rednern verteilt sich zunehmend auf eine breite Branchenlandschaft. Die folgende Tabelle zeigt den Anteil der einzelnen Branchen an allen Buchungen der 5 Sterne Redner im Vergleich der Geschäftsjahre 2024/25 und 2025/26:²⁰

Branche	2024/25	2025/26	Veränderung
Finanzwirtschaft	15,0 %	14,2 %	–0,8 %-Punkte
Verbände, Kammern & Netzwerke	10,8 %	12,2 %	+1,4 %-Punkte
Agenturen, Events & Medien	11,0 %	8,7 %	–2,3 %-Punkte
IT, Software & Digitalisierung	10,5 %	8,3 %	–2,2 %-Punkte
Handel & Konsumgüter	5,9 %	8,3 %	+2,4 %-Punkte
Industrie, Technik & Produktion	8,7 %	7,8 %	–0,9 %-Punkte
Gesundheit, Pharma & MedTech	6,2 %	7,6 %	+1,4 %-Punkte
Beratung & Professional Services	6,2 %	7,1 %	+0,9 %-Punkte
Bau, Immobilien & Gebäudetechnik	7,7 %	6,8 %	–0,9 %-Punkte
Öffentliche Hand & Bildung	3,6 %	5,6 %	+2,0 %-Punkte
Weiterbildung, Redner & Wissensformate	4,4 %	4,9 %	+0,5 %-Punkte
Energie, Versorgung & Rohstoffe	2,3 %	2,2 %	–0,1 %-Punkte
Logistik, Verkehr & Mobilität	2,1 %	2,2 %	+0,1 %-Punkte
Prüfung, Zertifizierung & technische Services	3,1 %	1,5 %	–1,6 %-Punkte
Tourismus, Messen & Stadtmarketing	1,8 %	1,5 %	–0,3 %-Punkte
Kultur, Freizeit & Sport	0,8 %	1,0 %	+0,2 %-Punkte

Die Finanzwirtschaft behauptet trotz leichtem Rückgang die Spitzenposition als nachfragestärkste Branche. Deutlich an Bedeutung gewinnen Verbände, Kammern & Netzwerke, Handel & Konsumgüter

¹⁸GCB German Convention Bureau e. V. / EVVC Europäischer Verband der Veranstaltungs-Centren e. V. / Deutsche Zentrale für Tourismus e. V., Meeting- & EventBarometer 2025/26, Pressemitteilung vom 6. Mai 2026. Online: <https://www.gcb.de/de/medien/newsroom/meba-2026/>

¹⁹Statistisches Bundesamt (Destatis), Statistisches Unternehmensregister, Berichtsjahr 2023 (siehe Kapitel 5.1).

²⁰Eigene Erhebung, 5 Sterne Redner, interne Buchungsdatenbank, Branchenauswertung im Vergleich der Geschäftsjahre 2024/25 und 2025/26.

sowie die Öffentliche Hand & Bildung. Spürbar rückläufig sind dagegen Agenturen, Events & Medien sowie IT, Software & Digitalisierung – zwei Branchen, die zuvor überdurchschnittlich stark vertreten waren. Diese Diversifizierung zeigt: Professionelle Vorträge sind heute in nahezu jeder Branche ein etabliertes Kommunikationsinstrument, nicht auf einzelne Vorreiterbranchen beschränkt.

7. Was Kunden wirklich wollen: Die Innenperspektive

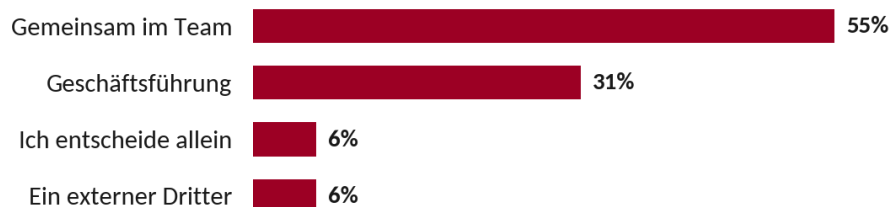
Buchungsdaten zeigen, was am Markt passiert – aber nicht, warum. Um diese Lücke zu schließen, hat 5 Sterne Redner im August 2026 Bestandskunden befragt.²¹ Die folgenden Ergebnisse geben erstmals eine belastbare Innenperspektive auf Entscheidungsprozesse im Rednermarkt.

7.1 Wer entscheidet über die Buchung?

Anders als oft angenommen ist die Buchung eines Keynote Speakers meist keine reine Chefsache: 55 % der Befragten gaben an, „gemeinsam im Team“ zu entscheiden, 31 % nannten die Geschäftsführung, jeweils 6 % entschieden allein oder überließen die Wahl einem externen Dritten.²² Für Redner und Agenturen bedeutet das: Überzeugungsarbeit muss meist mehrere Stakeholder erreichen, nicht nur eine Entscheiderin oder einen Entscheider.

Wer entscheidet über die Auswahl eines Keynote Speakers?

Kundenbefragung 2026, Frage 4, n > 100, eine Antwort möglich



7.2 Was zählt bei der Auswahl?

Bei der Frage nach den drei wichtigsten Auswahlkriterien liegen **Fachkompetenz (65 %)** und **Bühnenpräsenz (57 %)** klar vorn – deutlich vor Bekanntheitsgrad (17 %) und Humor (17 %).²³ Aktualität des Themas und Authentizität folgen mit je 49 %, der Preis liegt mit 38 % im Mittelfeld. Das widerlegt die verbreitete Annahme, Bekanntheit sei das wichtigste Buchungskriterium – gefragt ist in erster Linie inhaltliche und rhetorische Substanz.

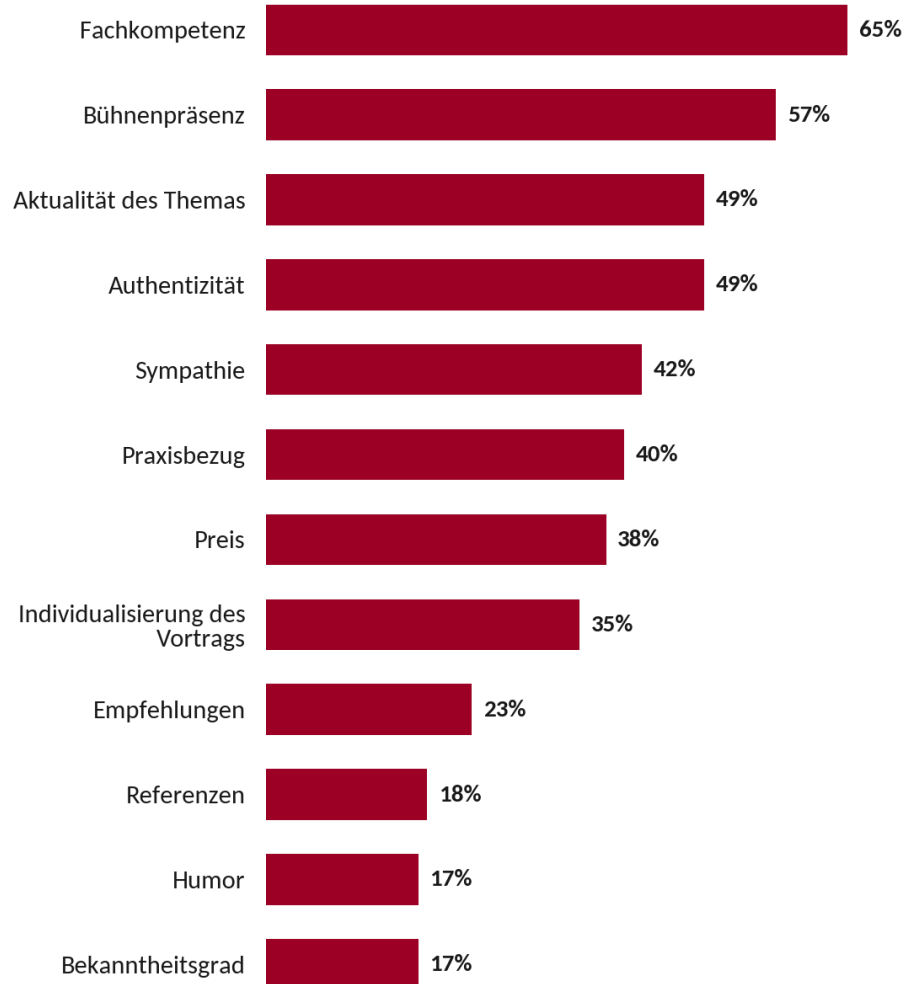
²¹Eigene Erhebung, 5 Sterne Redner, Online-Befragung August 2026 (siehe Kapitel 2.2).

²²Eigene Erhebung, 5 Sterne Redner, Kundenbefragung 2026, Frage 4 „Wer entscheidet in Ihrem Unternehmen über die Auswahl eines Keynote Speakers?“, n > 100.

²³Eigene Erhebung, 5 Sterne Redner, Kundenbefragung 2026, Frage 5 „Welche Kriterien sind für Ihre Auswahl eines Keynote Speakers besonders wichtig?“ (max. 3 Nennungen), n > 100, Mehrfachnennungen.

Welche Kriterien sind bei der Auswahl eines Keynote Speakers wichtig?

Kundenbefragung 2026, Frage 5, n > 100, max. 3 Nennungen



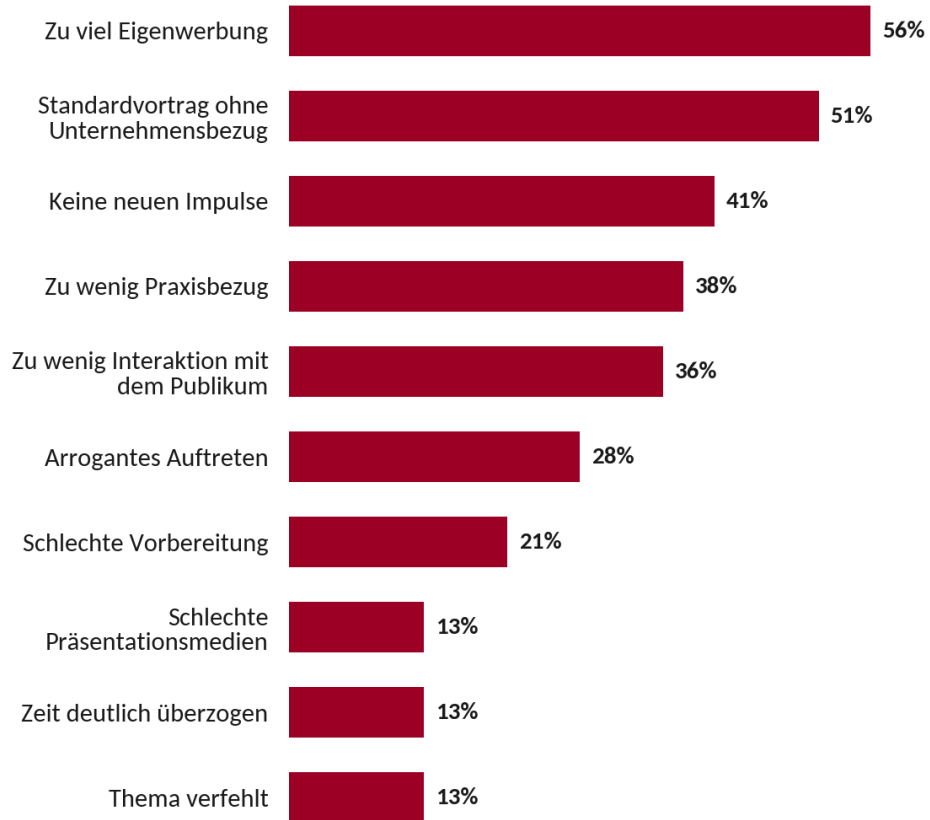
7.3 Was Kunden bei einem Redner schon einmal geärgert hat

Die größten Ärgernisse: „Zu viel Eigenwerbung“ (56 %) und „Standardvortrag ohne Bezug zu unserem Unternehmen“ (51 %), gefolgt von „Keine neuen Impulse“ (41 %) und „Zu wenig Praxisbezug“ (38 %).²⁴ Individualisierung und ein spürbarer Bezug zum jeweiligen Unternehmen sind demnach entscheidender als generische Bühnenpräsenz.

²⁴Eigene Erhebung, 5 Sterne Redner, Kundenbefragung 2026, Frage 8 „Was hat Sie bei einem Rednerauftritt schon mal geärgert?“, n > 100, Mehrfachnennungen.

Was hat Kunden bei einem Rednerauftritt schon einmal geärgert?

Kundenbefragung 2026, Frage 8, n > 100, Mehrfachnennungen



7.4 Woran Erfolg gemessen wird

87 % der Befragten erkennen eine erfolgreiche Keynote daran, dass „das Publikum begeistert war“, 71 % daran, dass der Vortrag nachhaltig zum Nachdenken angeregt hat. Bezeichnend: Nur 8 % nannten „Der Chef war glücklich“ als Erfolgskriterium.²⁵ Erfolg wird also überwiegend an der Wirkung auf das Publikum gemessen, nicht an interner Zustimmung.

²⁵Eigene Erhebung, 5 Sterne Redner, Kundenbefragung 2026, Frage 9 „Woran erkennen Sie, dass eine Keynote wirklich erfolgreich war?“, n > 100, Mehrfachnennungen.

Woran erkennen Kunden, dass eine Keynote wirklich erfolgreich war?

Kundenbefragung 2026, Frage 9, n > 100, Mehrfachnennungen



8. Wie wird gesucht? Warum Orientierung schwerfällt

Bevor ein Keynote Speaker gebucht wird, muss er erst einmal gefunden werden. Wie diese Suche in der Praxis abläuft – und warum sie in einem derart unübersichtlichen Markt (siehe Kapitel 3) alles andere als trivial ist –, zeigt dieses Kapitel.

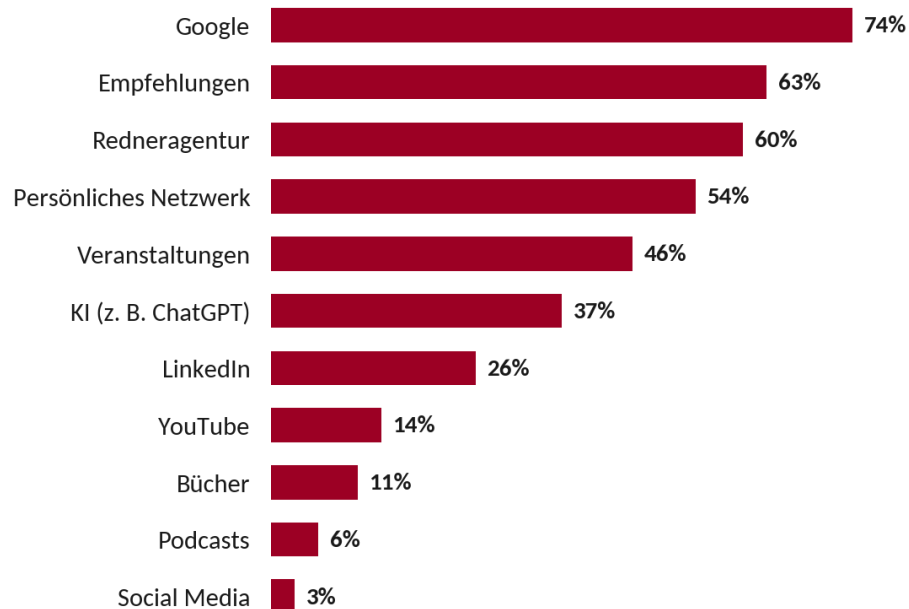
8.1 Wo die Suche beginnt

Google ist mit Abstand der häufigste erste Anlaufpunkt: 74 % der befragten Unternehmen suchen dort nach passenden Speakern, gefolgt von persönlichen Empfehlungen (63 %) und der direkten Anfrage bei einer Redneragentur (60 %). Das persönliche Netzwerk (54 %) und der Besuch von Veranstaltungen (46 %) folgen dahinter.²⁶ Bemerkenswert: Bereits 37 % nutzen KI-Werkzeuge wie ChatGPT für die Suche – ein Kanal, der noch vor wenigen Jahren gar nicht existierte. LinkedIn (26 %), YouTube (14 %) und Podcasts (6 %) spielen dagegen eine untergeordnete Rolle.

²⁶Eigene Erhebung, 5 Sterne Redner, Kundenbefragung 2026, Frage 7 „Wie finden Sie geeignete Keynote Speaker?“, n > 100, Mehrfachnennungen.

Wie finden Unternehmen geeignete Keynote Speaker?

Kundenbefragung 2026, Frage 7, n > 100, Mehrfachnennungen



Fast die gesamte Suche findet dabei am Computer statt: 97 % der Befragten recherchieren am Rechner, nur 16 % auch am Handy.²⁷ Die Rednersuche ist damit erkennbar eine bewusste, planvolle Recherche am Arbeitsplatz – kein spontanes Scrollen zwischendurch.

Informieren sich Kunden eher am Computer oder am Handy?

Kundenbefragung 2026, Frage 16, n > 100



8.2 Das Orientierungsproblem in einem unübersichtlichen Markt

Damit steht jedes suchende Unternehmen vor einem strukturellen Problem: Über 10.000 Personen positionieren sich im deutschsprachigen Raum öffentlich als Speaker, aber nur rund 3.000 davon sind tatsächlich professionell buchbar (siehe Kapitel 3). Von außen – etwa über eine Google-Suche oder ein Website-Profil – lässt sich dieser Unterschied kaum erkennen: Ein professionell gestalteter Auftritt

²⁷Eigene Erhebung, 5 Sterne Redner, Kundenbefragung 2026, Frage 16 „Informieren Sie sich über passende Speaker eher ...“, n > 100.

sagt wenig darüber aus, ob jemand regelmäßig vor Publikum steht, souverän auf der Bühne agiert oder Inhalte liefert, die zum jeweiligen Unternehmen passen.

Diese Unsicherheit verschärft sich dadurch, dass die Kriterien, auf die es aus Kundensicht wirklich ankommt – Fachkompetenz und Bühnenpräsenz (siehe Kapitel 7.2) –, sich online nur schwer beurteilen lassen, während Bekanntheit und ein professionelles Marketingauftreten leicht sichtbar sind, aber laut Befragung kaum den Ausschlag geben. Genau diese Lücke zwischen sichtbarer Selbstdarstellung und tatsächlicher Qualität erklärt auch einen Teil der in Kapitel 7.3 beschriebenen Enttäuschungen: Eigenwerbung und Standardvorträge lassen sich von außen vor der Buchung nur schwer von echter, auf das Unternehmen zugeschnittener Substanz unterscheiden.

8.3 Die Rolle der Agentur als Qualitätsfilter

Genau an diesem Punkt setzt die Funktion einer erfahrenen Redneragentur an. Anders als eine offene Suchmaschine kennt eine Agentur die tatsächliche Bühnenpräsenz, Zuverlässigkeit und inhaltliche Qualität ihres Portfolios aus eigener, langjähriger Erfahrung – und nicht nur aus dessen Selbstdarstellung.

Dass Unternehmen diesen Wert erkennen, zeigt die Befragung: „Geprüfte Qualität“ (31 %) und „Marktkennntnis“ (28 %) gehören zu den ausdrücklich genannten Gründen, eine Agentur statt einer offenen Suche zu nutzen – neben dem direkten Kontakt zum Redner und transparenten Preisen, die Kunden ebenfalls besonders wichtig sind.²⁸ In einem Markt, in dem sich Qualität von außen kaum verlässlich beurteilen lässt, übernimmt die Agentur damit faktisch die Funktion, die in transparenteren Märkten Bewertungsportale oder Vergleichsplattformen leisten: Sie reduziert das Risiko einer Fehlentscheidung, indem sie Erfahrung dort einbringt, wo öffentlich zugängliche Informationen an ihre Grenzen stoßen.

9. Wann und wie wird gebucht?

9.1 Buchungsfrequenz

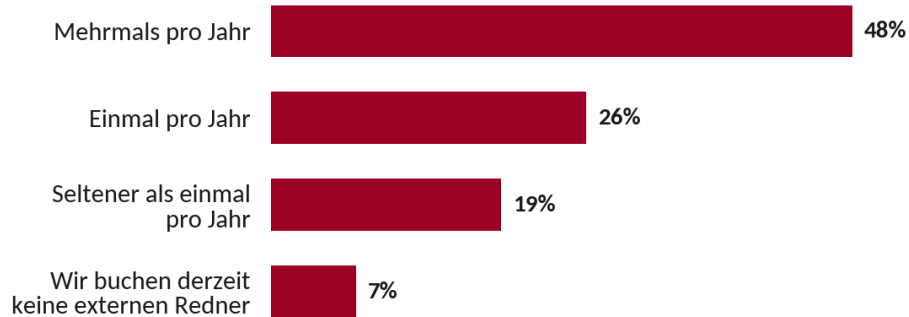
74 % der befragten Unternehmen buchen externe Keynote Speaker mindestens einmal im Jahr, davon 48 % sogar mehrmals jährlich. Nur 7 % gaben an, aktuell keine externen Redner zu buchen.²⁹

²⁸Eigene Erhebung, 5 Sterne Redner, Kundenbefragung 2026, Frage 11 „Was ist Ihnen bei der Buchung eines Keynote Speakers besonders wichtig?“, n > 100, Mehrfachnennungen.

²⁹Eigene Erhebung, 5 Sterne Redner, Kundenbefragung 2026, Frage 3 „Wie häufig buchen Sie externe Keynote Speaker?“, n > 100.

Wie häufig buchen Unternehmen externe Keynote Speaker?

Kundenbefragung 2026, Frage 3, n > 100, eine Antwort möglich



9.2 Saisonalität

Die eigenen Buchungsdaten zeigen eine ausgeprägte Saisonalität: Die höchste Nachfrage konzentriert sich auf die Monate September bis November sowie zunehmend auf das Frühjahr. Im Geschäftsjahr 2025/26 entwickelte sich insbesondere der Juni zum stärksten Veranstaltungsmonat, während August und Dezember – bedingt durch Ferienzeiten – die geringste Dichte aufweisen.³⁰

9.3 Wochentag

Donnerstag bleibt mit knapp 30 % aller Veranstaltungen der mit Abstand wichtigste Veranstaltungstag, gefolgt von Mittwoch und Dienstag. Zusammen entfallen rund 70 % aller Vorträge auf die drei Wochentage Dienstag bis Donnerstag.³¹ Passend dazu recherchieren 92 % der befragten Kunden werktags zwischen 8 und 18 Uhr nach einem Speaker – die Suche nach einem Redner ist überwiegend eine Bürozeit-Aktivität, kein Feierabend- oder Wochenendthema.³²

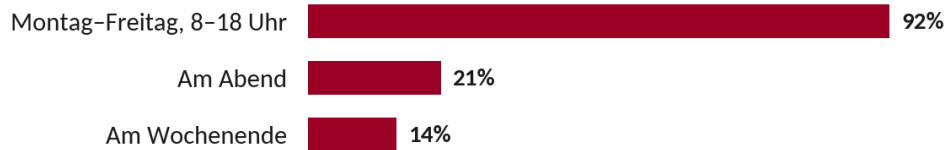
³⁰Eigene Erhebung, 5 Sterne Redner, interne Buchungsdatenbank, Vergleich Geschäftsjahr 2024/25 zu 2025/26 (siehe Kapitel 2.1).

³¹Eigene Erhebung, 5 Sterne Redner, interne Buchungsdatenbank, Geschäftsjahr 2025/26.

³²Eigene Erhebung, 5 Sterne Redner, Kundenbefragung 2026, Frage 13 „Zu welchen Tagen oder Zeiten machen Sie sich auf die Suche nach einem Keynote Speaker?“, n > 100, Mehrfachnennungen.

Zu welchen Zeiten suchen Kunden nach einem Keynote Speaker?

Kundenbefragung 2026, Frage 13, n > 100, Mehrfachnennungen



9.4 Buchungsvorlauf: kurzfristiger als im Vorjahr

Die Analyse zeigt eine Verschiebung hin zu kurzfristigeren Buchungen: Während im Geschäftsjahr 2024/25 noch 25 % der Buchungen mehr als sechs Monate im Voraus erfolgten, waren es 2025/26 nur noch 22 %. Der durchschnittliche Buchungsvorlauf verkürzte sich von 133 auf 126 Tage.³³ Die Veränderung ist nicht dramatisch, aber eindeutig: Unternehmen planen ihre Rednerbuchungen etwas kurzfristiger als im Vorjahr.

10. Worüber wird gesprochen? Ein Widerspruch mit Ansage

Die interessanteste Erkenntnis dieser Studie entsteht im Abgleich zweier Datenquellen, die eigentlich dasselbe Bild zeichnen sollten – und es doch nicht tun.

10.1 Was tatsächlich gebucht wurde: KI verliert an Schwung

Die eigenen Buchungsdaten zeigen: Das Thema Künstliche Intelligenz ist im Geschäftsjahr 2025/26 gegenüber dem sehr hohen Niveau der Vorjahre leicht zurückgegangen.³⁴ Dabei muss man festhalten, dass seit dem Start von ChatGPT 2022/23 kaum ein anderes Einzelthema den Fokus und Umsatz der Rednerbranche so stark auf sich gezogen hat wie KI. Der leichte Rückgang wirkt damit weniger wie ein Nachfrageeinbruch als wie eine Normalisierung nach einem außergewöhnlichen Boom.

10.2 Was Kunden für 2027 erwarten: KI bleibt Topthema

Ein anderes Bild zeigt die Kundenbefragung: **75 % der befragten Unternehmen** erwarten, dass Künstliche Intelligenz als Vortragsthema 2027 an Bedeutung gewinnen wird – mit Abstand der höchste Wert aller abgefragten Themen, vor „Zukunft & Trends“ (45 %) und „Führung“ (34 %).³⁵

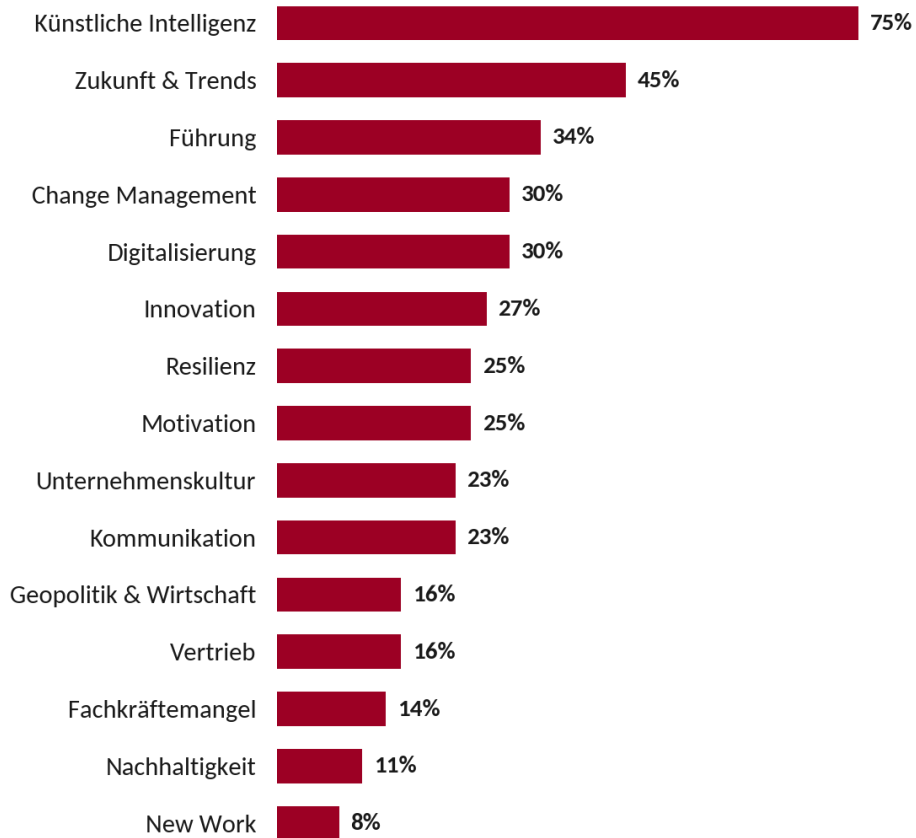
³³Eigene Erhebung, 5 Sterne Redner, interne Buchungsdatenbank, Vergleich Geschäftsjahr 2024/25 zu 2025/26.

³⁴Eigene Erhebung, 5 Sterne Redner, interne Buchungsdatenbank, Themenauswertung Geschäftsjahr 2025/26.

³⁵Eigene Erhebung, 5 Sterne Redner, Kundenbefragung 2026, Frage 6 „Welche Vortragsthemen werden in Ihrem Unternehmen im Jahr 2027 voraussichtlich an Bedeutung gewinnen?“, n > 100, Mehrfachnennungen.

Welche Vortragsthemen gewinnen 2027 voraussichtlich an Bedeutung?

Kundenbefragung 2026, Frage 6, n > 100, Mehrfachnennungen



10.3 Erwartung und Realität liegen auseinander

Beide Befunde scheinen sich zu widersprechen – tatsächlich ergänzen sie sich: Die Buchungsdaten zeigen die Marktrealität eines abklingenden Hypes, die Befragung zeigt die Erwartungshaltung der Kunden für die kommenden zwölf Monate. Das deutet darauf hin, dass das Thema KI den Sprung von der Neuheit zum Dauerbrenner noch vor sich haben könnte – vergleichbar mit anderen Zukunftsthemen, die nach einem ersten Hype-Zyklus zu einem festen Bestandteil des Vortragsangebots wurden.

10.4 Der Aufsteiger: Geopolitik und internationale Sicherheit

Getrieben von der weltpolitischen Sicherheitslage gewinnt das Themenfeld Geopolitik und internationale Sicherheit spürbar an Bedeutung.³⁶ Nur wenige hochspezialisierte Fachleute decken dieses Themenfeld ab, was sich auch in einem tendenziell höheren Preissegment niederschlägt.

11. Ausblick 2027: Wohin entwickelt sich der Markt?

Anders als die übrigen Kapitel dieser Studie blickt dieser Abschnitt nicht zurück, sondern nach vorn – gestützt auf die einzige Datenquelle, die dazu in der Lage ist: die eigene Kundenbefragung.

11.1 Buchungsabsicht für 2027

57 % der befragten Unternehmen planen für 2027 etwa gleich viele Rednerbuchungen wie bisher, 5 % planen mehr, weitere 5 % weniger. 28 % sind noch unentschlossen, 6 % planen aktuell keine Veranstaltung.³⁷

Zusammengenommen zeigen 62 % der Kunden eine stabile oder wachsende Buchungsabsicht, nur 5 % eine rückläufige. Das deckt sich mit der eigenen Marktbeobachtung, die für den aktuellen Betrachtungszeitraum bereits ein Buchungsplus von 5,6 % ausweist (siehe Kapitel 5.3) – zwei unabhängige Indikatoren, die in dieselbe Richtung zeigen: Der Markt bleibt stabil bis wachsend, ein Nachfrageeinbruch ist nicht in Sicht.

11.2 Erwartete Trendthemen

Für die inhaltliche Ausrichtung 2027 dominiert erwartungsgemäß Künstliche Intelligenz (75 % Nennungen), gefolgt von Zukunft & Trends (45 %), Führung (34 %), Change Management und Digitalisierung (je 30 %) sowie Resilienz und Motivation (je 25 %).³⁸ Auffällig: „New Work“, vor einigen Jahren noch ein Trendbegriff, liegt mit 8 % am unteren Ende der Erwartungen – ein Hinweis darauf, dass sich das Thema vom Trend zur Selbstverständlichkeit gewandelt haben könnte.

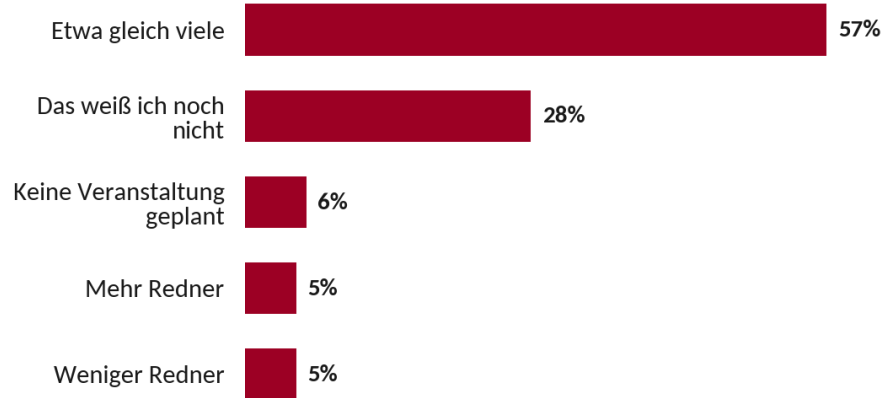
³⁶Eigene Erhebung, 5 Sterne Redner, interne Buchungsdatenbank, Themenauswertung Geschäftsjahr 2025/26.

³⁷Eigene Erhebung, 5 Sterne Redner, Kundenbefragung 2026, Frage 15 „Wenn Sie im nächsten Jahr Veranstaltungen planen: Werden Sie voraussichtlich mehr oder weniger Redner buchen als bisher?“, n > 100.

³⁸Eigene Erhebung, 5 Sterne Redner, Kundenbefragung 2026, Frage 6 (siehe Kapitel 10.2).

Werden Unternehmen 2027 mehr oder weniger Redner buchen als bisher?

Kundenbefragung 2026, Frage 15, n > 100, eine Antwort möglich



12. Fazit: Die Studie in Zahlen

Die vorliegende Studie liefert erstmals eine datenbasierte, mehrfach abgesicherte Größenordnung für einen Markt, der bislang nur unzureichend empirisch untersucht wurde. Die wichtigsten selbst erarbeiteten Ergebnisse im Überblick:

≈ 3.000 professionell buchbare Keynote Speaker im deutschsprachigen Markt

≈ 4.800 professionelle Keynote-Einsätze pro Jahr

≈ 28,8 Mio. € geschätztes jährliches Marktvolumen der Rednerhonorare

72,0 % des Honorarvolumens entfallen 2025/26 auf Executive- und Top-Speaker

62 % der befragten Kunden planen für 2027 stabile oder wachsende Buchungen

nur 6 % der befragten Kunden entscheiden allein über die Rednerbuchung

75 % der befragten Kunden sehen KI als das aktuell wichtigste Speaker-Thema

Rund 3.000 professionelle Speaker teilen sich ein geschätztes Marktvolumen von 28,8 Millionen Euro, wobei sich mehr als zwei Drittel des Honorarvolumens auf die oberen beiden Honorarklassen konzentrieren. Buchungsentscheidungen werden meist im Team getroffen, nicht von Einzelpersonen, und Künstliche Intelligenz ist das mit Abstand am häufigsten genannte Thema für kommende Vortragsplanungen.

Entscheidend für Unternehmen ist dabei weniger Bekanntheit als Fachkompetenz und Bühnenpräsenz – mit Abstand die wichtigsten Kriterien bei der Rednerbuchung –, weniger eine große Auswahl als direkter Kontakt und transparente Preise – und ein Redner, der sich spürbar mit dem jeweiligen Unternehmen auseinandersetzt, statt einen Standardvortrag zu halten.

Die befragten Kunden blicken dabei überwiegend leicht zuversichtlich auf das kommende Jahr.

13. Der 5 Sterne Marktindex 2027

Die meistgestellte Frage zu dieser Studie dürfte nicht die nach dem Status quo sein, sondern die nach der Richtung: Wohin entwickelt sich der Markt? Um diese Frage in einer einzigen, nachvollziehbaren Kennzahl zu beantworten, führt 5 Sterne Redner Agentur mit dieser Studie erstmals den **5 Sterne Marktindex** ein – einen eigenen, jährlich fortzuschreibenden Indikator für die Marktrichtung des kommenden Jahres.

Der Index verdichtet vier Signale zu einem Wert: eines davon direkt aus den Ergebnissen dieser Studie, drei weitere als ergänzende Einschätzung aus eigener Markterfahrung. Jedes Signal wird auf einer Skala von –10 (deutlicher Rückgang) bis +10 (deutliches Wachstum) bewertet, wobei 0 einen stabilen, unveränderten Markt markiert:³⁹

Signal	Grundlage	Bewertung
Buchungsvolumen	–2,5 % Marktentwicklung im aktuellen Betrachtungszeitraum	–1
Kundenstimmung	57 % stabile Buchungsabsicht, 5 % wachsend und 5 % rückläufig (Kapitel 11.1)	0
Honorarentwicklung	Eigene Markterfahrung: spürbar härtere und intensivere Preisverhandlungen, die im Schnitt zu leicht gesunkenen durchschnittlichen Rednerhonoraren geführt haben	–1
Marktumfeld	Eigene Einschätzung der gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen	–2

Die Summe der vier Signale ergibt einen Wert von –4. Bezogen auf eine Indexbasis von 100 (= Marktniveau des Betrachtungszeitraums 2025/26) ergibt sich daraus der **5 Sterne Marktindex 2027 von 96**.

Anders als eine Betrachtung der Studienergebnisse allein nahelegen würde, zeichnet der Marktindex ein vorsichtigeres Bild: Während die Kundenstimmung stabil bleibt, deuten Buchungsvolumen, Honorarentwicklung und insbesondere das gesamtwirtschaftliche Marktumfeld auf eine leichte Eintrübung hin. Der 5 Sterne Marktindex 2027 von 96 signalisiert damit keinen Einbruch, aber einen spürbar vorsichtigeren Ausblick als eine isolierte Betrachtung der Kundenbefragung allein vermuten ließe – ein Hinweis darauf, wie wichtig es ist, Kundenstimmung und gesamtwirtschaftliches Umfeld gemeinsam zu betrachten.

Der 5 Sterne Marktindex ist ein eigener, proprietärer Indikator von 5 Sterne Redner Agentur und kein extern validierter Wirtschaftsindex. Er wird mit jeder künftigen Ausgabe dieser Studie fortgeschrieben und ermöglicht damit erstmals einen Jahresvergleich der Marktrichtung im deutschsprachigen Rednermarkt.

³⁹Eigene Methodik, 5 Sterne Redner Agentur. Die Bewertung der vier Signale auf der Skala von –10 bis +10 ist eine eigene, qualitative Einordnung durch 5 Sterne Redner Agentur und keine statistisch normierte Berechnung.

Exkurs 1: Wer glänzt? Auszeichnungen und Gesichter des Marktes

Auszeichnungen tragen wesentlich zur Professionalisierung des deutschen Rednermarktes bei: Sie würdigen herausragende rhetorische Leistungen und schaffen Orientierung für Veranstalter und Unternehmen.

Exkurs 1.1 Der Deutsche Rednerpreis

Die bedeutendste Auszeichnung für professionelle Speaker im deutschsprachigen Raum ist der Deutsche Rednerpreis der German Speakers Association (GSA), Europas größtem Berufsverband für professionelle Speaker, Trainer und Coaches mit rund 700 Mitgliedern.⁴⁰ Der Preis wurde 2010 von Prof. Dr. Lothar Seiwert ins Leben gerufen und wird seither jährlich verliehen.⁴¹

Aktuelle Preisträger im Überblick:

- **2024:** Marcel Reif für seine Rede „Sei a Mensch“ zum Holocaust-Gedenktag im Deutschen Bundestag am 31. Januar 2024.⁴²
- **2025:** Jean-Claude Juncker, ehemaliger Präsident der Europäischen Kommission, für seine rhetorischen Fähigkeiten und sein langjähriges Werben für die europäische Idee.⁴³
- **2026 (angekündigt):** Prof. Dr. Miriam Meckel; die Preisverleihung findet am 12. September 2026 in Ingolstadt statt.⁴⁴

Exkurs 1.2 Die Rede des Jahres

Eine besondere wissenschaftliche Bedeutung besitzt die Auszeichnung „Rede des Jahres“ des Seminars für Allgemeine Rhetorik der Universität Tübingen. Seit 1998 – 2025 zum 28. Mal – wird jährlich eine Rede ausgezeichnet, die die politische, gesellschaftliche oder kulturelle Diskussion in besonderer Weise geprägt hat.⁴⁵

⁴⁰German Speakers Association e. V., „Über uns“ und LinkedIn-Unternehmensprofil, Stand 2026. Online: <https://germanspeakers.org/die-gsa/ueber-uns/>

⁴¹German Speakers Association e. V., „Deutscher Rednerpreis“, Online: <https://germanspeakers.org/awards/deutscher-rednerpreis/>

⁴²German Speakers Association e. V., Pressemitteilung „Sei a Mensch: Die German Speakers Association verleiht den Deutschen Rednerpreis 2024 an Marcel Reif“, 22.8.2024, [presseportal.de](https://www.presseportal.de/pm/81083/5848905). Online: <https://www.presseportal.de/pm/81083/5848905>

⁴³German Speakers Association e. V., Pressemitteilung „Jean-Claude Juncker, ehemaliger Präsident der Europäischen Kommission, erhält den Deutschen Rednerpreis 2025“, 15.9.2025, [presseportal.de](https://www.presseportal.de/pm/81083/6117362). Online: <https://www.presseportal.de/pm/81083/6117362>

⁴⁴German Speakers Association e. V., „Deutscher Rednerpreis“, Stand Juni 2026, Online: <https://germanspeakers.org/awards/deutscher-rednerpreis/> – Redaktionsschluss dieser Studie liegt vor der Preisverleihung; Angabe daher als angekündigt, nicht als vollzogen gekennzeichnet.

⁴⁵Universität Tübingen, Seminar für Allgemeine Rhetorik, „Rede des Jahres“, Online: <https://uni-tuebingen.de/fakultaeten/philosophische-fakultaet/fachbereiche/philosophie-rhetorik-medien/seminar-fuer-allgemeine-rhetorik/rede-des-jahres/>

- **2024:** Heike Heubach, erste gehörlose Abgeordnete des Deutschen Bundestages, für ihre Rede in Deutscher Gebärdensprache am 10. Oktober 2024 zur Stärkung der integrierten Stadtentwicklung.⁴⁶
- **2025:** Prof. Dr. Christian Drosten für seine Rede „Wissenschaft ist Freiheit und Pflicht“, gehalten am 27. Mai 2025 vor dem Deutschen Institut für Wirtschaftsforschung (DIW).⁴⁷

Exkurs 1.3 Weitere Auszeichnungen

Ergänzt werden diese beiden Preise durch die **GSA Hall of Fame** – die höchste Auszeichnung der GSA für die Lebensleistung herausragender Persönlichkeiten der Branche –, den **GSA Newcomer Award** für herausragende Nachwuchsspeaker⁴⁸ sowie den **Cicero-Rednerpreis**, der seit 1994 vom Verlag für die Deutsche Wirtschaft in den Kategorien Kultur, Politik, Wirtschaft und Wissenschaft vergeben wird und unter anderem an Joachim Gauck, Herta Müller und Jean-Claude Juncker ging.⁴⁹

Exkurs 1.4 Rednernachwuchs: Wege auf die Bühne

Der deutsche Rednermarkt verfügt über eine Reihe von Institutionen, die professionellen Nachwuchs fördern: „Germany's next Speaker Star“ als einer der größten deutschsprachigen Rednerwettbewerbe, die Speaker-Akademie der GSA, die akademische Ausbildung an der Universität Tübingen sowie international die Redewettbewerbe von **Toastmasters International**, einer 1924 in den USA gegründeten Organisation mit heute mehr als 16.800 Clubs in 143 Ländern und rund 358.000 Mitgliedern.⁵⁰ Ergänzt wird dieses Ökosystem durch agenturseitige Programme wie „Future Stars“ der 5 Sterne Redner, das Bühnen-Coaching, Vermarktung und den Zugang zu Unternehmenskunden umfasst.⁵¹

⁴⁶Universität Tübingen, Pressemitteilung „Rede des Jahres 2024: Erste Bundestagsrede in Gebärdensprache von Heike Heubach“, 12.12.2024. Online: <https://uni-tuebingen.de/universitaet/aktuelles-und-publikationen/pressemitteilungen/newsfullview-pressemitteilungen/article/rede-des-jahres-2024-erste-bundestagsrede-in-gebaerdensprache-von-heike-heubach-1/>

⁴⁷Universität Tübingen, Pressemitteilung „Christian Drosten erhält Auszeichnung ‚Rede des Jahres 2025‘ der Universität Tübingen“, 12.12.2025. Online: <https://uni-tuebingen.de/universitaet/aktuelles-und-publikationen/pressemitteilungen/newsfullview-pressemitteilungen/article/christian-drosten-erhaelt-auszeichnung-rede-des-jahres-2025-der-universitaet-tuebingen/>

⁴⁸German Speakers Association e. V., „Ehrungen“, Online: <https://germanspeakers.org/ueber-uns/ehrunen/>

⁴⁹Wikipedia, „Cicero-Rednerpreis“, Online: <https://de.wikipedia.org/wiki/Cicero-Rednerpreis>; ergänzend: VNR Verlag für die Deutsche Wirtschaft AG, Pressematerial zum Cicero-Rednerpreis.

⁵⁰Toastmasters International, Selbstdarstellung, zitiert nach Toastmasters Buxtehude, Online: <https://www.buxtehuder-toastmasters.de/toastmasters-international/>

⁵¹Eigenangabe, 5 Sterne Redner, Stand 2026.

Exkurs 2: Der Agenturmarkt: eine Auswahl sichtbarer Anbieter

5 Sterne Redner Agentur ist selbst einer von mehreren Anbietern im deutschsprachigen Redneragentur-Markt. Zur Einordnung listet dieses Kapitel eine Auswahl weiterer Agenturen mit relevanter Marktgröße auf – in alphabetischer Reihenfolge, ohne Wertung oder Rangfolge.

Eine belastbare, unabhängig geprüfte Rangliste der Redneragenturen existiert nicht (vergleichbar mit dem in Kapitel 3 beschriebenen Fehlen einer amtlichen Statistik für Speaker selbst). Die folgende Auswahl orientiert sich deshalb an einem klar definierten, wenn auch selbst geschätzten Kriterium: Aufgenommen wurden Anbieter, die nach Einschätzung der 5 Sterne Redner Agentur über mindestens vier Vollzeitmitarbeitende verfügen – ein Hinweis auf einen redenbezogenen Jahresumsatz von schätzungsweise über 1 Million Euro und damit auf eine gewisse Marktrelevanz.⁵² Angaben zu Gründungsjahr, Größe und Ausrichtung der einzelnen Agenturen basieren zusätzlich auf deren Selbstauskünften und wurden nicht unabhängig verifiziert.

5 Sterne Redner Agentur – seit über 15 Jahren im deutschsprachigen Raum tätig, Herausgeberin der vorliegenden Studie.⁵³

Athenas – deutsche Niederlassung (Lübeck) einer international unter der Marke A-Speakers agierenden Speakeragentur mit dänischem Ursprung; vermittelt Referentinnen und Referenten an Unternehmen, Verbände und öffentliche Einrichtungen.⁵⁴

London Speaker Bureau – 1994 gegründet, international tätiges Redner-Netzwerk mit Niederlassungen in über einem Dutzend Ländern; deutsche Niederlassung mit Sitz in Karlsruhe.⁵⁵

PODIUM – nach eigenen Angaben seit über 22 Jahren am Markt, mit Fokus auf nationale und internationale Keynote Speaker; zu den genannten Kunden zählen unter anderem DAX-Konzerne.⁵⁶

Premium Speakers – international aufgestellte Agentur mit Standorten in der Schweiz, Deutschland und den USA.⁵⁷

ReferentenAgentur Bertelsmann – 2008 gegründet, Teil der Verlagsgruppe Penguin Random House / Bertelsmann; vermittelt nationale und internationale Redner für Kongresse, Führungskräfte tagungen und Firmenjubiläen.⁵⁸

⁵²Eigene Markteinschätzung, 5 Sterne Redner Agentur, Stand 2026. Mitarbeiterzahlen basieren auf eigener Marktbeobachtung, nicht auf veröffentlichten Unternehmenskennzahlen der genannten Anbieter.

⁵³Eigenangabe, 5 Sterne Redner, www.5-sterne-redner.de, Stand 2026.

⁵⁴Eigenangabe, Athenas GmbH, athenas.de, Stand 2026.

⁵⁵Eigenangabe, London Speaker Bureau, londonspeakerbureau.de, Stand 2026.

⁵⁶Eigenangabe, Redneragentur PODIUM, podium-redner.de, Stand 2026.

⁵⁷Eigenangabe, Premium Speakers, premium-speakers.com, Stand 2026.

⁵⁸Eigenangabe, ReferentenAgentur Bertelsmann, referentenagentur-bertelsmann.de, Stand 2026.

Speakers Excellence – 2002 gegründet, nach eigenen Angaben eine der größten Redneragenturen Europas mit einem Portfolio von mehr als 3.000 Rednerinnen und Rednern.⁵⁹

Diese Auswahl erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Im deutschsprachigen Raum sind schätzungsweise mehrere Dutzend weitere Anbieter aktiv, die sich als Redneragentur, Referentenagentur oder Speaker Bureau positionieren – von Vollsortiment-Agenturen bis zu spezialisierten Boutique-Anbietern für einzelne Themenfelder oder Branchen.

⁵⁹Eigenangabe, Speakers Excellence, speakers-excellence.de, Stand 2026.

Exkurs 3: Über 5 Sterne Redner Agentur

5 Sterne Redner Agentur ist seit über 15 Jahren eine der führenden Redneragenturen im deutschsprachigen Raum und vermittelt Keynote Speaker für Unternehmensveranstaltungen, Kongresse und Kundenevents.⁶⁰ Mehr zu unserer Mission und Philosophie unter www.5-sterne-redner.de/ueber-uns/.

Für vertiefende Auswertungen, individuelle Marktanalysen oder eine persönliche Beratung zur Redner-Auswahl steht das Team der 5 Sterne Redner gerne zur Verfügung. Anmerkungen, Verbesserungen und weiterführende Gedanken zur Studie gerne an: t.muderlak@5-sterne-redner.de.

Kontakt: www.5-sterne-redner.de / beratung@5-sterne-redner.de / +49 (0)821 790040-10

Impressum & Methodik

Herausgeber: 5 Sterne Redner Agentur. Redaktionsschluss: September 2026. Alle Angaben ohne Gewähr. Diese Studie erhebt nicht den Anspruch einer amtlichen Statistik; Marktgrößen basieren teilweise auf Modellrechnungen mit offengelegten Annahmen (siehe Kapitel 2 und 4). Quellen für extern entnommene Daten sind durchgängig als Fußnoten ausgewiesen. Backlinks auf diese Studie von der eigenen Homepage sind gerne willkommen. Nachdruck ist nicht gestattet, Zitation mit Quellenangabe „5 Sterne Redner Agentur, Keynote Speaker Studie Deutschland 2026“ ist gestattet.

⁶⁰Eigenangabe, 5 Sterne Redner, Stand August 2026.